



E. U. de Estudios Empresariales

(*)UBICACIÓN

(*)

ENDEREZO: RÚA TORRECEDEIRA 105 (VIGO).

PARA VER A SITUACIÓN NO MAPA PREMA NO SEGUINTE ENLACE OU BEN USE STREETVIEW. PARA ACCESO POR BUS: VITRASA FOTOS DO EDIFICIO CENTRAL DA E.U.E.E E DA AMPLIACIÓN (EDIFICIO ANEXO Á E.U.ENX.TEC.IND.)



(*)COMO CHEGAR Á ESCOLA DE EMPRESARIAIS

(*)

(*)INSTALACIÓNS E SERVIZOS

(*)

(*)EQUIPO DIRECCIÓN

(*)

EQUIPO DE DIRECCIÓN DA E.U.E.E DE VIGO

DIRECTOR: D. Patricio Sánchez Bello

SUBDIRECTOR DE DOCENCIA: D. Ricardo Luaces

SUBDIRECTOR DE CALIDADE E ESPAZO EUROPEO: D^a Pilar Muñoz

SUBDIRECTORA DE RELACIÓNS EXTERIORES: D^a Consuelo Currás

SECRETARIA: D^a Mar Riveiro

(*)CALENDARIO ESCOLAR 2013-2014

(*)

CALENDARIO ESCOLAR 2013-2014

http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Secretaria_xeral/CALENDARIO.pdf

http://secxeral.uvigo.es/opencms/export/sites/secxeral/sites/default/microsites/sxeral/Secretaria_xeral/crono_13_14.pdf

(*)BOLSAS E AXUDAS Ó ESTUDIANTE

(*)

(*)ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIAIS

(*) 

(*)CULTURA, EMPREGO E ORIENTACIÓN Ó ALUMNO

(*) 

(*)SEGURO ESCOLAR

(*) 

(*)INTERCAMBIOS CON UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS E ESTRANX

(*) 

Grado en Comercio

Asignaturas

Curso 2

Código	Nombre	Cuatrimestre	Cr.totales
V06G270V01301	Contabilidad financiera	1c	6
V06G270V01302	Derecho mercantil	1c	6
V06G270V01303	Muestreo aplicado a la investigación de mercados	1c	6
V06G270V01304	Idioma comercial: Inglés	1c	6
V06G270V01306	Idioma comercial: Alemán	1c	6
V06G270V01307	Informática aplicada a la gestión comercial	1c	6
V06G270V01401	Contabilidad de costes	2c	6
V06G270V01402	Decisiones de inversión en el comercio	2c	6
V06G270V01403	Marketing estratégico	2c	6
V06G270V01404	Gestión de aprovisionamientos y distribución comercial	2c	6
V06G270V01405	Régimen fiscal de la empresa	2c	6

DATOS IDENTIFICATIVOS**Contabilidad financiera**

Asignatura	Contabilidad financiera			
Código	V06G270V01301			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Saez Ocejo, José Luis			
Profesorado	Saez Ocejo, José Luis			
Correo-e	jocejo@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta asignatura continúa con el proceso empezado en "Fundamentos de Contabilidad" que se impartió en el 1º Curso del "Grado de Comercio" en el 2º cuatrimestre, por tanto una vez dominados los fundamentos metodológicos de la Contabilidad, las herramientas de la técnica contable y las normas de valoración elementales, se profundiza en las normas de elaboración de la información contable plasmada en las cuentas anuales, con el objeto de que éstas se conviertan en un instrumento útil a la hora de tomar decisiones en el ámbito empresarial de una forma coherente y fiable.			

Competencias de titulación

Código	
A4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Capacidad para analizar y aplicar las técnicas y la normativa contable y los procesos financiero-contables	A4 A6 A20	B3 B4 B5 B6 B18
Capacitar al estudiante para buscar información, analizar, interpretar, sintetizar y transmitir la información contenida en las cuentas anuales	A4 A6 A20	B3 B4 B5 B6 B18
Capacidad para el trabajo en grupo, a través de la reflexión sobre el propio trabajo	A20	B3 B4 B5 B6 B8 B9 B13 B14 B18

Contenidos

Tema	
1. Problemática contable del activo no corriente no financiero: inmovilizado material, inversiones inmobiliarias e inmovilizado intangible	Concepto y definiciones. Normas de valoración. Tratamiento contable. Arrendamientos financieros. Situaciones especiales
2. Problemática contable de las inversiones financieras.	Concepto y definiciones. Clasificación. Normas de valoración. Tratamiento contable. Situaciones especiales
3. Problemática contable de las fuentes de financiación propias: patrimonio neto y fondos propios	Concepto y definiciones. Clasificación. Normas de valoración. Tratamiento contable. Aplicación de resultados y aspectos contables derivados de la personalidad jurídica de la empresa. Otros casos particulares.
4. Problemática contable de las fuentes de financiación ajenas	Concepto y definiciones. Clasificación. Normas de valoración. Tratamiento contable. Situaciones especiales
5. Problemática contable de ingresos plurianuales, provisiones y otras normas de valoración	Introducción. Introducción. Concepto y definiciones. Subvenciones y donaciones. Provisiones. Casos particulares: otras normas de valoración.
6. Cuentas anuales	Cuentas anuales . Normativa de elaboración. Otros estados contables.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	10	21	31
Trabajos tutelados	2	13	15
Sesión magistral	28	17	45
Pruebas de respuesta corta	4	20	24
Otras	5	30	35

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividades en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura, tanto a nivel teórico como práctico. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.
Trabajos tutelados	El/los estudiante/s, de manera individual o en grupo, elaboran un trabajo sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Generalmente se trata de una actividad autónoma de/de los estudiante/s que incluyen la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción...
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	Supervisión y orientación al alumno de forma individualizada o en grupo en la realización de los trabajos encomendados. Esa atención se prestará además de en el aula, en el horario de tutorías.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Actividades en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la asignatura, tanto a nivel teórico como práctico. El alumno debe desarrollar el análisis y resolución de los problemas y/o ejercicios de forma autónoma.	20
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia. Estas pruebas surgen de los Trabajos tutelados realizados	10
Otras	El alumno realizará una prueba final de la materia, de contenido teórico-práctico	70

Otros comentarios sobre la Evaluación

Aquellos alumnos que sigan el proceso de evaluación continua, deberán presentarse obligatoriamente a una prueba final sobre los contenidos teórico-prácticos de la materia, obteniendo para poder superar la misma una calificación mínima de 5. La calificación final se obtendrá del proceso de evaluación anteriormente descrito en la presente guía.

Aquellos alumnos que no sigan la evaluación continua, tendrán derecho a examinarse de la materia en un examen final en las fechas establecidas por el centro, con una puntuación de 0 a 10 puntos, debiendo obtener una calificación mínima de 5.

Los alumnos que concurran a la segunda convocatoria (julio) deberán realizar el examen oficial final de la materia en la convocatoria extraordinaria establecida por el centro, con una puntuación de 0 a 10 puntos, debiendo obtener una calificación mínima de 5. Si han seguido durante el curso el proceso de evaluación continua, la calificación final se obtendrá del proceso de evaluación anteriormente descrito en la presente guía. Aquellos estudiantes que no siguieron el proceso de evaluación continua, igualmente realizarán la prueba debiendo obtener una calificación mínima de 5, en una escala de puntuación de 0 a 10.

Fuentes de información

José Luis Alfonso López (coordinador), **La Contabilidad financiera : (guía pedagógica, adaptada al Plan General de Contabilidad 2007)**, Edit. Aranzadi,

Francisco Javier Quesada Sánchez, María Ángeles Jiménez Montañés, Carlos Mallo Rodríguez, **Contabilidad financiera para PYMES : un enfoque práctico**, Edit. Garceta,

José Luis Arquero Montaña y otros, **Contabilidad financiera : aplicación práctica del PGC 2007**, Edi. Pirámide,

J.A. Trigueros Pina y otros, **Fundamentos y Práctica de Contabilidad**, Edit. Pirámide,

ICAC, **Plan General de Contabilidad y de PYMES. R.D. 1514/2007 y R.D. 1515/2007.**,

Elisabeth Bustos Contell, **Matemáticas financieras en el nuevo PGC**, Ediciones Pirámide,

J. Omeñaca, **Supuestos Prácticos de Contabilidad Financiera y de Sociedades**, Edit. Deusto,

J.M. Gutierrez Viguera y A. Couso Ruano, **Supuestos contables resueltos en base al nuevo plan general de contabilidad**, Edit. Ra-ma,

José Muñoz Jiménez (Corrd.), **Contabilidad Financiera**, Edit. Pearson Educación S.A.,

Domingo Nevado Peña y otros, **Ejercicios prácticos de contabilidad financiera y de sociedades**, Edit. Civitas,

Máximo Francisco Losilla Ramírez, Agustín Moreno Ruz, Ferrán Rodríguez García, **Prácticas de contabilidad financiera**, Edit. Garceta,

J.Luis Wanden-Berghe y E. Fernández, **Contabilidad Financiera II**, Edit. Pirámide,

J.Omeñaca García, **Supuestos prácticos de contabilidad financiera y de sociedades**, Edit. Deusto,

J.Rivero, **Supuestos de Contabilidad Financiera**, Edit. Edisofer,

J.M. Maside, S.Cantorna, R.Vidal y M.A. Alvarez, **Contabilidad Financiera. Teoría y práctica del Plan General de Contabilidad**, Edit. Andavira,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS**Dereito mercantil**

Asignatura	Dereito mercantil			
Código	V06G270V01302			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Galego			
Impartición				
Departamento	Dereito privado			
Coordinador/a	Izquierdo Alonso, Jacobo			
Profesorado	Izquierdo Alonso, Jacobo			
Correo-e	jizqdo@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición general	Dereito mercantil é unha materia que se imparte no primeiro cuadrimestre do segundo curso do Grao en Comercio. Nela examínase, dende unha perspectiva xurídica, a figura do empresario no mercado; o seu estatuto xurídico, formas de orgaización xurídica e as normas que rixen a súa actuación no mercado. Estes coñecementos permitirán ao alumnado apreciar que o mercado é un espazo regulamentado por normas xurídicas, onde actúan suxeitos que teñen e asumen obrigas exixibles ante os tribunais.			

Competencias de titulación

Código				
A9	CE9. Coñecer as institucións máis relevantes do Dereito da empresa mercantil, adquirindo capacidade para entender e informar sobre os principais aspectos xurídico-empresariais.			
A16	CE16. Coñecer e entender o tratamento xurídico dos tipos máis relevantes dos contratos mercantís, aprendendo a interpretalos e a coñecer os principios básicos da súa redacción e execución a través das distintas modalidades de cumprimento e pago, en especial a través de efectos de comercio e adquirindo competencia para súa extensión e comprensión sobre as consecuencias da súa utilización.			
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).			
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet e manexo das ferramentas multimedia.			
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.			
B4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.			
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.			
B6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.			
B7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.			
B8	CT8. Capacidade para liderar e traballar en equipo.			
B9	CT9. Tolerancia. Capacidade para apreciar diferentes puntos de vista.			
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.			
B13	CT13. Capacidade para asumir responsabilidades e involucrarse no traballo.			
B15	CT15. Compromiso ético no traballo.			
B17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.			
B18	CT18. Capacidade reflexiva sobre o propio traballo.			

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Coñecer e entender a normativa básica reguladora da empresa e empresario mercantís nos seus distintos desenvolvementos, identificando os suxeitos que posúan a dita cualidade aos efectos da determinación das distintas esferas de responsabilidade na súa actuación no mercado.	A9	B3 B4
Coñecer o marco legal da actuación dos empresarios no mercado, de xeito que se saiba inserir e delimitar o ámbito da mesma dentro do ordeamento xurídico vixente.	A9 A16	B3 B4 B5 B6 B18

Saber xestionar e aplicar os requirements legais da empresa mercantil, así como a selección e interpretación da documentación básica relativa á mesma, coñecendo as particularidades propias dos distintos tipos de sociedades mercantís, adquirindo capacidade para informar e argumentar sobre todas as ditas cuestións.	A9	B3 B4 B5 B6 B7 B8 B10 B15 B18
Manexar, procesar, interpretar e avaliar a información, documentación e demais instrumentos de orde xurídico que se xere nos diferentes contextos e actividades do comercio.	A9 A16	B3 B4 B5 B6 B7 B9 B13 B15 B18
Saber manexar e acceder ás fontes de coñecemento básico no ámbito xurídico, tanto en soporte papel coma informático, así coma enxergar e saber emplear a terminoloxía xurídica utilizadas a cotío no ámbito do tráfico mercantil.	A9 A16	B1 B2 B5 B17 B18

Contidos

Tema	
Tema 1: Introducción á normativa mercantil.	1.1. Introducción á normativa mercantil. 1.2. Fontes do Dereito Mercantil.
Tema 2. O empresario mercantil.	2.1. Empresa e empresario. 2.2. O empresario individual. 2.3. Publicidade rexistral e contabilidade do empresario. 2.4. Os colaboradores do empresario
Tema 3. Propiedade industrial e competencia.	3.1. As creacións industriais. 3.2. Os signos distintivos da empresa. 3.3. O Dereito de competencia desleal. 3.4. O dereito de defensa da competencia. 3.5. A protección contra a publicidade ilícita.
Tema 4. Introducción ás sociedades mercantís.	4.1. Teoría xeral das sociedades mercantís. 4.2. As sociedades personalistas
Tema 5. A sociedade anónima (I).	5.1. Concepto e principais características. 5.2. O capital social. 5.3. Fundación da sociedade. 5.4. A acción.
Tema 6. A sociedade anónima (II).	6.1. A xunta xeral de accionistas. 6.2. Ó órgano de administración. 6.3. As contas anuais. 6.4. A modificación dos estatutos.
Tema 7. A sociedade de responsabilidade limitada (I)	7.1. Concepto e principais características. 7.2. Fundación. 7.3. A participación social. 7.4. A transmisión das participacións sociais.
Tema 8. A sociedade de responsabilidade limitada (II).	8.1. A xunta xeral de socios. 8.2. O órgano de administración. 8.3. As contas anuais. 8.4. A modificación dos estatutos. 8.5. A sociedade limitada da Nova Empresa.
Tema 9. A disolución das sociedades de capital. As transformacións estruturais das sociedades de capital.	9.1. A disolución e liquidación da sociedade anónima. 9.2. A disolución e liquidación da sociedade limitada. 9.3. A transformación de sociedades. 9.4. A fusión. 9.5. A escisión. 9.6. A cesión global de activo e pasivo.
Tema 10. Contratos mercantiles e Títulos valores.	10.1. Introducción aos contratos mercantiles. 10.2. Tipoloxía dos contratos mercantiles. 10.3. Introducción aos títulos valores. 10.4. A letra de cambio. 10.5. O cheque. 10.6. O pagaré.

Tema 11. A crise económica do empresario.	11.1. A insolvencia empresarial. Os procedementos concursais.
	11.2. A declaración de concurso.
	11.3. Determinación das masas activa e pasiva.
	11.4. As solucións do concurso e a terminación do procedemento.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Seminarios	4	10	14
Prácticas de laboratorio	18	20	38
Sesión maxistral	29	45	74
Probas de resposta curta	1	23	24

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminarios	Nas sesións de prácticas de seminario desenvolveranse as seguintes actuacións: fornecer aos alumnos da orientación necesaria para a realización en grupo e baixo a titoría do profesor dos traballos que se lles encomende; a entrega polo alumno do devandito traballo por escrito e a súa exposición oral; o seguemento polo profesor dos coñecementos adquiridos polo alumno e a resolución das dúbidas que se lle prantexen.
Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio plantexaranse polo profesor supostos prácticos que deberán ser resoltos polo alumno, ben de xeito guiado ou ben de xeito autónomo. Tamén procederáse á contestación escrita polo alumno de cuestionarios de distinto formato relativos á materia explicada nas sesións maxistras. No seu caso, procederáse asimismo ao estudo de casos e análise de situacións presentadas polo profesor e coa participación dos alumnos.
Sesión maxistral	As sesións maxistras nas aulas de teoría adicaránse á explicación polo profesor dos distintos puntos que integran os contidos da asignatura. A súa finalidade é a de fornecer ao alumno dunha base conceptual que lle permita desenvolverse axeitadamente ao afrontar os aspectos xurídicos da organización e dinámica da empresa. Para elo, esta actividade deberá ser completada por outras coma a realización de casos prácticos, elaboración de traballos, lecturas recomendadas, etc.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminarios	O Profesor atenderá as dúbidas teórico-prácticas que se lle prantexen aos alumnos tanto nas sesións de seminario e coma nas sesións de prácticas de laboratorio. Ademais, o alumno recibirá atención persoalizada no horario de titoría que a tal efecto se publique para os Profesores do Centro.
Prácticas de laboratorio	O Profesor atenderá as dúbidas teórico-prácticas que se lle prantexen aos alumnos tanto nas sesións de seminario e coma nas sesións de prácticas de laboratorio. Ademais, o alumno recibirá atención persoalizada no horario de titoría que a tal efecto se publique para os Profesores do Centro.

Avaliación

	Descrición	Calificación
Seminarios	Os alumnos deberán presentar un traballo por escrito proposto polo profesor e defendelo mediante a súa exposición oral. Avaliaráse a estrutura e contido do traballo escrito; a claridade e capacidade de síntese na exposición oral; en xeral, o grao de comprensión dos conceptos e contidos expresados. Co traballo de seminario poderá acadarse ata 1 punto da nota final.	10
Prácticas de laboratorio	Nas prácticas de laboratorio os alumnos deberán responder aos cuestionarios que se lles propoñan con preguntas de distinto formato sobre a materia explicada nas leccións maxistras. Coas boas respostas a estes cuestionarios, poderán acadarse ata 2 puntos da cualificación final. Ademais, nestas prácticas presentaranse casos que deberán se resolver ben de forma autónoma ou ben de forma guiada, a criterio do profesor. Pola acertada resolución dos casos, ou polas boas intervencións no desenvolvemento desta actividade, poderáse acadar ata 1 punto da nota final.	30
Probas de resposta curta	Ao final do cuadrimestre haberá un exame que consistirá no prantexamento ao alumno dun cuestionario formado por doce preguntas de resposta curta ás que deberá dar resposta por escrito.	60

A nota máxima que se poderá acadar co exame final é de 6 puntos. Neste exame será preciso obter como mínimo unha cualificación de 2 puntos (sobre 6) para que á puntuación alcanzada poida engadirse a correspondente á avaliación continua.

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para os alumnos que non superaran a materia na convocatoria de maio-xuño, conservaráselles a cualificación obtida na avaliación continúa na convocatoria de xullo.

Os alumnos que non se acolleran ao sistema que se establece nesta guía con inclusión da avaliación continúa, farán un exame diferente ao dos alumnos que seguiron o dito sistema e que constará dun cuestionario de seis preguntas breves, unha pregunta de desenrolo amplo e un caso práctico a resolver polo propio alumno. O dito exame será avaliado sobre 10 puntos.

Bibliografía. Fontes de información

Sánchez Calero, Fernando, **Principios de Derecho Mercantil**, Última edición,

Jimenez Sánchez, Guillermo, **Lecciones de Derecho Mercantil**, Última edición,

Menéndez, Rojo, Uría, **Curso de Derecho Mercantil**, Última edición,

Jimenez Sánchez, Guillermo, **Nociones de Derecho Mercantil**, Última edición,

Broseta Pont-Martínez Sanz, **Manual de Derecho Mercantil**, Última edición,

Vicent Chuliá, Francisco, **Introducción al Derecho Mercantil**, Última edición,

Sánchez Calero Guilarte.; Tapia Hermida, A.J. (Directores), **Casos y Materiales de Derecho Mercantil**, Última edición,

AAVV, **Código de Comercio y otras normas mercantiles**, Última edición,

<http://www.westlaw.es>,

<http://eur-lex.europa.eu>,

<http://www.boe.es>,

<http://www.xunta.es/diario-oficial-galicia>,

Recomendacións

Otros comentarios

A asignatura "Contratación mercantil" que se cursa no 2º cuatrimestre no cuarto curso do grao supón a continuación e un importante complemento da presenta asignatura.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Mostraxe aplicada á investigación de mercados**

Asignatura	Mostraxe aplicada á investigación de mercados			
Código	V06G270V01303			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	Galego			
Departamento	Estatística e investigación operativa			
Coordinador/a	Luaces Pazos, Ricardo			
Profesorado	Luaces Pazos, Ricardo Vaamonde Liste, Antonio			
Correo-e	rluaces@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición general	Estudo do deseño e análise de enquisas no ámbito da investigación comercial			

Competencias de titulación

Código	
A2	CE2. Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dla organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.
A3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.
A15	CE15. Coñecer e aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para a toma de decisións no ámbito do comercio, así como o deseño e análise de enquisas mediante mostraxe probabilística para a realización de estudos de mercado.
B4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Saber aplicar os procedimentos inferenciais para a estimación das principais características poboacionais e a verificación das hipóteses formuladas.	A6 A15	B4 B5 B6
Saber deseñar un estudio estadístico, no campo da investigación comercial, mediante unha enquisa por mostraxe probabilística.	A6 A15	B4 B5 B6
Saber analizar a información obtida mediante enquisas mediante a aplicación de distintos procedimentos estadísticos.	A2 A3 A6 A15	B4 B5 B6

Contidos

Tema	
TEMA 1. Introducción á inferencia estatística	1.1 Mostraxe e estimación 1.2 Contrastes de hipóteses.
TEMA 2. Deseño de enquisas	2.1 Enquisas 2.2 Tipos de mostraxe
TEMA 3. Mostraxe de unidades elementais.	3.1 Medias 3.2 Total 3.3. Proporcións

TEMA 4. Mostraxe estratificada e por conglomerados	4.1 Mostraxe estratificada 4.2 Mostraxe por conglomerados 4.3 Outros tipos de mostraxe
TEMA 5. Análise de datos de enquisas	5.1. Análise uni e bidimensional. 5.2. Análise multidimensional. 5.3. Clasificación, segmentación.
TEMA 6. Estudo de distintas enquisas	6.1. Enquisas oficiais por mostraxe 6.2. Enquisas relativas ó comercio.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión maxistral	28	32	60
Resolución de problemas e/ou exercicios	12	30	42
Traballos tutelados	0	20	20
Prácticas de laboratorio	9	18	27
Outras	1	0	1

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición con axuda de diverso material impreso ou proxectado dos principios teóricos da materia.
Resolución de problemas e/ou exercicios	Realización de problemas, exercicios e aplicacións a situacións reais.
Traballos tutelados	Realización, mediante o traballo en grupo, dun estudio de mercado, en base a construción dun cuestionario, deseño da mostraxe, obtención e análise de datos, con elaboración dun informe final e conclusións.
Prácticas de laboratorio	Utilización de programas informáticos de estatística para a análise de datos de enquisas do comercio.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	O alumnos terá unha atención personalizada no horario de Titoría que a tal efecto será publicado no Centro
Sesión maxistral	O alumnos terá unha atención personalizada no horario de Titoría que a tal efecto será publicado no Centro
Resolución de problemas e/ou exercicios	O alumnos terá unha atención personalizada no horario de Titoría que a tal efecto será publicado no Centro

Avaliación

	Descrición	Calificación
Sesión maxistral	2 Probas escritas, con preguntas de resposta curta, para comprobar o coñecemento e comprensión dos conceptos e a súa interrelación. Estas probas realizaranse ó longo do período de docencia.	20
Resolución de problemas e/ou exercicios	2 Probas escritas de resolución de problemas e exercicios. Estas probas realizaranse ó longo do período de docencia e serán coincidentes no tempo coas probas da sesión maxistral.	50
Traballos tutelados	Realización, mediante traballo en grupo, dun estudio de mercado, en base a construción dun cuestionario, deseño da mostraxe, obtención e análise de datos, con elaboración dun informe final e conclusións.	20
Outras	Asistencia e participación nas sesións maxistras e nas clases prácticas	10

Otros comentarios sobre la Evaluación

Unha vez rematado o período de docencia, publicarase a relación de alumnos que teñen superada a materia por avaliación continua (50%).

Os alumnos que non superen a avaliación continua, ou aqueles que sí a superen pero desexen mellorar a súa cualificación, poderán concurrir as probas de avaliación do período de exames de Decembro/Xaneiro (1ª oportunidade).

Na 2ª oportunidade (xuño/xullo) rexirán as mesmas condicións de avaliación ca na 1ª oportunidade.

Bibliografía. Fuentes de información

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA:

- Alba Fernández, V.; Muñoz Vázquez,A.: Introducción a la estadística pública. U.Jaén. 2000
- Cuadras, C.M: Métodos de análisis multivariante. PPU. Barcelona. 1991.
- Fernández García, R.: Muestreo de Poblaciones Finitas. Curso Básico. PPU. Barcelona 1994
- Guisande, C.; Vaamonde, A.: Tratamiento de Datos. Ed. Diaz de Santos, 2010
- Pérez, C.: Técnicas de muestreo estadístico. Garceta. 2010
- Pérez López, C.: Muestreo estadístico. Conceptos y problemas resueltos. Prentice Hall. 2005
- Manzano,V.G.: Manual para Encuestadores. Ed. Ariel, Barcelona 1996
- Santesmases Mestre,M.: Diseño y Análisis de Encuestas en Inv. Social y de Mercados. Ed. Pirámide, Madrid. 2008
- Scheaffer,R; Mendenhall W.: Elementos de Muestreo. Ed. Thomson. 2007

Recomendacións

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Estatística: Estadística/V06G270V01205

Matemáticas: Matemáticas/V06G270V01104

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma comercial: Inglés**

Asignatura	Idioma comercial: Inglés			
Código	V06G270V01304			
Titulación	Grao en Comercio			
Descriptor	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua	Castelán			
Impartición				
Departamento	Filoloxía inglesa, francesa e alemá			
Coordinador/a	García de la Puerta, Marta			
Profesorado	García de la Puerta, Marta			
Correo-e	mpuerta@uvigo.es			
Web	http://Faitic			
Descripción general	Introducción a la comunicación en lengua extranjera en un entorno comercial. Se abordarán las cuatro macrodestrezas (lectura, escritura, comprensión y expresión oral) combinándolas con las microdestrezas propias de la actividad comercial, de gestión y de compras: aspectos interculturales y relaciones sociales profesionales (visitas y recepción de visitantes), presentaciones profesionales (producto, negocio, empresa, etc.), correspondencia comercial, conversaciones telefónicas, reuniones, negociaciones, etc. Además, se introducirá la terminología específica más utilizada en las transacciones comerciales.			

Competencias de titulación

Código	
A3	CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.
A18	CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemá) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.
A26	CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
B7	CT7. Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CT1. Habilidades de comunicación oral E escrita, tanto nas linguas oficiais da súa Comunidade como na lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán).	B1
CE18. Coñecer e saber utilizar a nivel oral e escrito, a lingua estranxeira elixida (inglés, francés ou alemán) co obxecto de poder aplicala en situacións profesionais e particularmente nas actividades comerciais.	A18
CE26. Saber empregar as habilidades persoais, actitudes e coñecementos adquiridos no contexto académico mediante a simulación de situacións reais dla práctica profesional e a través do contacto coa realidade empresarial que proporcionan as prácticas de empresa.	A26
CE3. Coñecer e saber interpretar a dimensión social da actividade económica, a dinámica das relacións sociais e as distintas realidades culturais que configuran o comercio, a sociedade de consumo e os estilos de vida.	A3
Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.	B3
Capacidade de escoita activa, comunicación non verbal, persuasión, negociación e presentación.	B7

Contidos

Tema	
Introduction.	Numerals. Company organization.
1. Cultural diversity and socializing.	Building a relationship. Culture and entertainment.
2. Telephoning.	Taking and leaving messages. Appointments. Problem solving.
3. Written communication.	E-mails, enquiries, orders and applications.
4. Presentations.	The introduction. The main body. The end.
5. Meetings.	Key features of an effective meeting. How to open a meeting. How to interrupt. Obtaining consensus. How to end a meeting effectively.
6. Negotiations.	Types of negotiations. Bargaining and making concessions. Accepting and confirming. Summarising. Ending the negotiation.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión maxistral	27	60	87
Prácticas de laboratorio	22	40	62

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodología docente	
	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de la materia.
Sesión maxistral	Presentación de contenidos teóricos y de trabajos y ejercicios a realizar.
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios para poner en práctica las destrezas comunicativas en inglés.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Sesión maxistral	Se realizará un seguimiento individualizado del alumno en el laboratorio de idiomas. Habrá atención personalizada a los alumnos en el horario de tutoría publicado en el centro. El alumno deberá fijar una cita con el/la docente dentro de ese horario y a través de correo electrónico.
Prácticas de laboratorio	Se realizará un seguimiento individualizado del alumno en el laboratorio de idiomas. Habrá atención personalizada a los alumnos en el horario de tutoría publicado en el centro. El alumno deberá fijar una cita con el/la docente dentro de ese horario y a través de correo electrónico.

Avaliación		
	Descripción	Calificación
Sesión maxistral	Prueba de evaluación final escrita que abarcará la totalidad de los contenidos de la materia, y cuya fecha viene marcada en el calendario oficial del centro.	50
Prácticas de laboratorio	Presentación de trabajos, tareas y ejercicios para poner en práctica las destrezas comunicativas en inglés. En estas pruebas el/la docente recogerá los resultados de las actividades o proyectos llevados a cabo por el estudiante a lo largo del curso. Estas actividades serán orales y podrán ser en grupo y/o individuales.	50

Otros comentarios sobre la Evaluación

Sistema de evaluación continua: los alumnos serán evaluados a través de su asistencia y participación en las sesiones presenciales, ejercicios a entregar y actividades asignadas a lo largo del curso, tanto individuales como en grupo.

La calificación final de cada alumno/a será el resultado de una cantidad suficiente de notas ponderadas obtenidas a lo largo del curso.

Es posible, también, que se establezcan pruebas cortas.

Cualquier alumno que no supere la materia a través de la evaluación continua, podrá presentarse a un examen final donde se evaluarán los conocimientos globales de la materia.

En relación a la convocatoria de julio, se mantendrán como superadas las partes de la materia que hubieran sido previamente aprobadas en la convocatoria de mayo.

Bibliografía. Fuentes de información

Bibliografía básica (Manual de texto obligatorio):

Cambridge: Cambridge 1. TEXT BOOKS

Hollett: *Business Objectives*. Oxford: 1996.

Wilberg & Lewis: *Business English*. LTP Books, 1990.

2. CORRESPONDENCE

Method & Tadman: *Office to Office*. Longman, 1992.

Bruce: *Telephoning*, Longman, 1987.

Naterop & Revell: *Telephoning in English*. Cambridge, 1987.

Watson-Delestrée: *Basic Telephone Training*, LTP Books, 1992.

4. LISTENING COMPREHENSION

Lees: *Negotiate in English*. Nelson, 1983.

5. READING COMPREHENSION

Spiro: *Business Information*. Arnold, 1985.

6. GRAMMAR

Brieger & Comfort: *Language Reference for Business English*. Prentice Hall, 1992.

Sánchez Benedito: *English Grammar for Spanish Speakers*. Alhambra, 1991 (español).

7. DICTIONARIES

Oxford Dictionary of Business English.

Lozano Irueste: *Nuevo diccionario bilingüe de economía y empresa*. Pirámide, 1993.

Recomendaciones

Otros comentarios

Es conveniente que el alumno tenga unos conocimientos previos de inglés equivalente a A2 / B1 dentro del Marco Europeo de Referencia para las Lenguas.

Aunque también se trabajarán ciertas competencias de los niveles iniciales, no se partirá de un conocimiento cero de la lengua inglesa.

Se recuerda que es obligatorio el Manual de Texto que aparece en el apartado de bibliografía básica.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Idioma comercial: Alemán**

Asignatura	Idioma comercial: Alemán			
Código	V06G270V01306			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 2	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Filología inglesa, francesa y alemana			
Coordinador/a	Barsanti Vigo, Maria Jesús			
Profesorado	Barsanti Vigo, Maria Jesús			
Correo-e	barsanti@uvigo.es			
Web	http://http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	<p>Introducción a la lengua alemana en un entorno comercial. Se abordarán tres macro destrezas (lectura, escritura y comprensión) y se introducirá al alumno en la terminología específica más utilizada en las transacciones comerciales.</p> <p>En este curso de Idioma Comercial: Alemán se tratará casi exclusivamente de que los alumnos adquieran un nivel básico suficiente en la comprensión escrita de la lengua alemana, incidiendo en cuestiones gramaticales, léxicas y comprensivas. Se enfocará el aprendizaje del idioma eligiendo textos y materiales que reflejen situaciones en las que se aprenda a conocer y a utilizar el vocabulario dentro de las relaciones comerciales internacionales, desarrollando para ello las pertinentes habilidades comunicativas básicas.</p>			

Competencias de titulación

Código	
A3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
A18	CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.
A26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).	B1
CE18. Conocer y saber utilizar a nivel oral y escrito, la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán) con el objeto de poder aplicarla en situaciones profesionales y particularmente en las actividades comerciales.	A18
CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.	A26
CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.	A3
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3

Contenidos

Tema	
1. Der Satz und die Wortstellung.	1. Vorlektion: gemeinsam lernen
2. Der Artikel und die Personalpronomen.	2. Lerntipss zur Grammatik und zum Lesen, Hören, Sprechen und Schreiben
3. Das Verb: Präsens und Imperativ.	3. Wortschatz erwerben und behalten
4. Das Nomen.	4. Marketing □ Einstieg

5. Der Akkusativ	5. Marketing <input type="checkbox"/> Ein fremder Markt <input type="checkbox"/> Internationales Marketing <input type="checkbox"/> Marktforschung <input type="checkbox"/> Vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt
6. Die Zahlen	6. Marketing <input type="checkbox"/> Absatz und Marketing <input type="checkbox"/> Marketing in der Praxis
7. Die Präpositionen	7. Marketing <input type="checkbox"/> Marketingmix <input type="checkbox"/> Absatzpolitisches Instrumentarium <input type="checkbox"/> Visualisierung und Beschreibung
8. Der Dativ	8. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Einstieg <input type="checkbox"/> Unternehmen präsentieren sich <input type="checkbox"/> Eine Checkliste für Unternehmens- und Produktpräsentationen <input type="checkbox"/> Stellenangebote als Mittel der Firmenpräsentationen <input type="checkbox"/> Das Image eines Unternehmens <input type="checkbox"/> Die Unternehmenskultur <input type="checkbox"/> Die Geschichte von Unternehmen
9. Das Fragepronomen	9. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Firmen und Produktpräsentationen <input type="checkbox"/> Inhaltspunkte einer Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Präsentationen
10. Die Negation	10. Unternehmens- und Produktpräsentation <input type="checkbox"/> Aktuelle Firmendaten verstehen, Diagramme beschreiben <input type="checkbox"/> Mitteilungen der Presse <input type="checkbox"/> Geschäftsberichte <input type="checkbox"/> Diagramme beschreiben

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	2	0	2
Sesión magistral	28	28	56
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	23	23	46
Resolución de problemas y/o ejercicios	22	22	44
Pruebas de respuesta corta	0	2	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Explicación pormenorizada de la materia y del desarrollo de la misma, dentro y fuera del aula. Descripción de las características del curso y presentación de las diferentes herramientas de trabajo necesarias para el aprendizaje.
Sesión magistral	Exposición teórica de temas gramaticales y léxicos. Actividades complementarias como el conocimiento y buen manejo de los diccionarios monolingües y bilingües y otras herramientas de aprendizaje.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	El alumno realizará ejercicios de tipo práctico sobre cuestiones gramaticales y léxicas.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Ejercicios de repaso y control: sesiones de prácticas gramaticales y léxicas con ejercicios adecuados a los temas expuestos en las sesiones teóricas.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Atención personalizada en las horas de tutoría publicadas en el Centro.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Atención personalizada en las horas de tutoría publicadas en el Centro.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Valoración continua de la participación y del aprendizaje	10

Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	Valoración global de las actividades de repaso	15
Pruebas de respuesta corta	(*)Exame escrito	75

Otros comentarios sobre la Evaluación

Se evaluará de acuerdo con un sistema de evaluación continua que incluye la suma de las calificaciones obtenidas de acuerdo con los siguientes porcentajes:

Examen escrito de contenido léxico y gramatical: 75%

Entrega puntual de ejercicios: 15%

Asistencia y participación en el desarrollo de las clases: 10%

Se llevará a cabo un control de asistencia mediante un parte de firmas y se valorará la regular asistencia a las clases presenciales, así como el nivel de interés y participación en las mismas. No se obtendrá puntuación por este concepto cuando la asistencia haya sido inferior a un 80% del total de las horas de clase. Se informará al profesor de cualquier incidencia en relación con la no asistencia a las clases.

Cada falta de asistencia, para que no compute en el 80% obligatorio, deberá ser justificada adecuadamente.

Observación: los alumnos que no cumplan todos los requisitos y, por tanto, no se les pueda aplicar la evaluación continua, solo podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria de julio: la prueba consistirá en un examen escrito final de contenido léxico y gramatical (100%).

Fuentes de información

Langenscheidt, **Diccionario Moderno Alemán. Español/Alemán. Alemán/Español**, 2005,

Fuentes complementarias:

Castell, A. *Gramática de la lengua alemana*, Ismaning: Max Hueber Verlag, 1995

Hering, A. und Matussek, M. *Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren*, Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad: Inglés, Español, Francés y Alemán Stalb, H. *Aufbaukurs Deutsch*, Ismaning: Verlag für Deutsch, 1993.

Recomendaciones

Otros comentarios

LOS ALUMNOS QUE SE MATRICULEN EN ESTA MATERIA NO NECESITAN TENER UN NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL IDIOMA PREVIO, YA QUE SE PARTE DE UN NIVEL CERO DE LA LENGUA ALEMANA.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Informática aplicada a la gestión comercial**

Asignatura	Informática aplicada a la gestión comercial			
Código	V06G270V01307			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición				
Departamento	Informática			
Coordinador/a	Castelo Boo, Santiago Vázquez Núñez, Francisco José			
Profesorado	Castelo Boo, Santiago Vázquez Núñez, Francisco José			
Correo-e	scastelo@uvigo.es pvazquez@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descripción general	Conceptos básicos de hardware y software. Estructura funcional del computador. Redes de ordenadores. Seguridad de la información, firma electrónica. El ordenador en el sistema de información			

Competencias de titulación

Código	
A24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
A26	CE26. Saber emplear las habilidades personales, actitudes y conocimientos adquiridos en el contexto académico mediante la simulación de situaciones reales de la práctica profesional y a través del contacto con la realidad empresarial que proporcionan las prácticas de empresa.
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer los elementos que conforman o influyen en un sistema informático y ser capaz de configurar un sistema informático básico para la gestión de una empresa comercial	A24	B2
	A26	B18
Conocer y saber aplicar las herramientas informáticas de gestión de la información utilizadas en la empresa	A24	B2
	A26	B18
Conocer y saber aplicar los elementos y herramientas utilizadas en el comercio electrónico	A24	B2
	A26	B18

Contenidos

Tema	
1 El ordenador	1.1 Hardware 1.2 Software
2 Manipulación de datos en la informática	2.1 Estructuras básicas de datos 2.2 Hojas de cálculo 2.3 Bases de datos
3. Comercio electrónico y documentación electrónica	3.1. Arquitectura básica de internet 3.2. Utilidades en la red 3.3. El comercio electrónico y sus tipos 3.4. Documentación electrónica 3.5. Facturación electrónica
4. Seguridad informática	4.1. Seguridad individual 4.2. Seguridad básica en la empresa 4.3. Encriptación 4.4. Firma electrónica

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	12	15	27
Prácticas en aulas de informática	22	20	42
Trabajos y proyectos	15	28	43
Pruebas de tipo test	2	10	12
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	25	25

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Actividades introductorias	Valoración de los conocimientos previos del alumno y explicación de la metodología a seguir a lo largo del curso
Sesión magistral	En estas sesiones se expondrá a los alumnos los conceptos y metodologías necesarias para el conocimiento de la materia
Prácticas en aulas de informática	Ejercicios propuestos por el profesor que los alumnos resolverán con la ayuda del ordenador en el aula de informática. Serán trabajos individuales y en grupo

Atención personalizada	
Pruebas	Descripción
Trabajos y proyectos	Los alumnos tendrán a su disposición a los profesores para aclarar cualquier duda relativa a la materia en su correspondiente despacho en el horario de tutorías, que será publicado por la Escuela y facilitado a los alumnos el primer día de clase.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Los alumnos tendrán a su disposición a los profesores para aclarar cualquier duda relativa a la materia en su correspondiente despacho en el horario de tutorías, que será publicado por la Escuela y facilitado a los alumnos el primer día de clase.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Sesión magistral	En este apartado se valorará la asistencia a las clases impartidas en el aula, tanto sean sesiones magistrales como en las que se desarrollen trabajos en aula	5
Prácticas en aulas de informática	En este apartado se valorará la asistencia a las prácticas en el aula de ordenadores	5
Trabajos y proyectos	En este apartado se calificarán los trabajos de teoría realizados por los alumnos que entregarán en los plazos fijados mediante las plataformas que se indicará a lo largo del curso. También se calificará la participación activa en las clases de teoría y trabajos en aula	0
Pruebas de tipo test	Consistirá en la realización de una prueba de tipo test a la mitad e cuatrimestre y otra al final del mismo. Se compondrán de preguntas de la materia vista hasta el momento de la realización	30
Resolución de problemas y/o ejercicios	Consistirá en la realización de ejercicios propuestos por el profesor que se resolverán con la ayuda del ordenador y que tendrán que ser entregados en las fechas que se fijen por medio de la plataforma TEMA. También se calificará la asistencia a las Prácticas en aula de ordenador. Esta evaluación podrá ser sustituida por la realización de pruebas tipo test o de resolución de problemas	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia es necesario que el alumno obtenga una puntuación del 50% del total y además que en los apartados:

- " Pruebas de tipo test" es necesario obtener una puntuación mínima del 30% de la puntuación máxima.
- " Resolución de problemas y/o ejercicios" es necesario obtener una puntuación mínima del 30% de la puntuación máxima.

Se realizará un examen en la fecha fijada por el centro al finalizar el cuatrimestre y otro en el mes de julio en el que la puntuación será del 100% de la materia, no siendo necesarios prerrequisitos para presentarse a este examen. El hecho de presentarse a este examen implica la renuncia a las calificaciones obtenidas a lo largo del curso.

Para los alumnos que durante el cuatrimestre no obtengan una puntuación suficiente para superar la materia, se les permitirá realizar ejercicios y trabajos que entregarán en tutorías, lo que les permitirá en caso de obtener una calificación suficiente de acuerdo a los criterios fijados para superarla por curso, poder superarla en el mes de julio.

Fuentes de información

Prieto Espinosa, Alberto y otros, **Conceptos de Informática**, 2005,

Del Peso Navarro, Emilio y otros, **Nuevo reglamento de protección de datos de carácter personal**, 2008,

Areitio, Javier, **Seguridad de la información**, 2008,

Prieto Espinosa, Alberto y otros, **Introducción a la informática**, 2006,

Laudon, Kenneth, **E-commerce: Negocios, tecnología y sociedad**, 2009,

Tanenbaum, Andrew, **Redes de computadores**, 2003,

Silberschatz, A, **Fundamentos de bases de datos**, 2011,

Laudon, **E-Commerce 2013: Business, Technology, Society**, 2013,

Para seguridad está disponible mucha información en la web: <http://www.inteco.es>

Recomendaciones

Otros comentarios

Aquellos alumnos que no puedan asistir a clase por motivos de trabajo o tengan dispensa de asistencia, deberán ponerse en contacto con los profesores a principio de curso a fin de arbitrar las medidas necesarias para que puedan realizar evaluación continua.

DATOS IDENTIFICATIVOS

Contabilidad de costes

Asignatura	Contabilidad de costes			
Código	V06G270V01401			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Martín-Casal García, José Antonio			
Profesorado	Martín-Casal García, José Antonio			
Correo-e	jamartin@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Fundamentos de la contabilidad de costes, el coste y su repercusión en el valor de las existencias y en cálculo del resultado del ejercicio (elementos del coste del producto, sistemas de acumulación y métodos de cálculo.			

Competencias de titulación

Código	
A19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
A20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B12	CT12. Creatividad.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
A19 CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.	A19	B6
A20 CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.	A20	B8 B12 B17

Contenidos

Tema	
TEMA 1. Naturaleza y contenido de la contabilidad de costes.	Propósitos de los sistemas contables. Diferencias contabilidad de gestión y contabilidad financiera. Contabilidad de gestión: definición y objetivos. La información contable de gestión y los niveles de decisión. La contabilidad de gestión y las actividades organizativas. Contabilidad de gestión y ética profesional.
TEMA 2. Conceptos fundamentales.	Introducción. Concepto y terminología del coste. Clasificación de los costes. Concepto de ingresos. Concepto de márgenes y resultados.
TEMA 3. Sistemas de cálculo y de acumulación de costes.	Introducción. Sistemas de acumulación de costes. Costes por pedido y por proceso. Sistemas y modelos para el cálculo de costes:
TEMA 4. El coste de los materiales.	Concepto y clasificación. El proceso de aprovisionamiento o compra. Criterios de valoración; las entradas. Criterios de valoración; las salidas.
TEMA 5. El coste de la mano de obra.	El coste de la mano de obra Asignación de la mano de obra. Presupuestación y control del coste de la mano de obra.

TEMA 6. Los costes indirectos. La problemática de asignación.	<p>Concepto de coste indirecto. Tipología de costes indirectos. La capacidad y el coste indirecto; la espiral de la muerte. La generación de valor a través del proceso productivo. La asignación del coste en el proceso productivo. Las unidades de obra. Métodos de asignación del coste de las secciones auxiliares. La imputación de los costes indirectos a los productos.</p>
(*)TEMA 7. La producción común y conjunta.	<p>(*)1. Introducción. 2. Clases de costes indirectos de producción. 3. Problemática de la imputación de los costes indirectos. 4. Métodos para el cálculo y el control de los costes indirectos. 5. La producción común y conjunta. 6. La asignación. 7. Los procesos de producción múltiple, común y conjunta. 8. Los costes en producción múltiple. 9. Métodos de asignación de costes conjuntos.</p>
TEMA 8.El método ABC. y el tratamiento de los costes indirectos.	<p>Introducción. Limitaciones de los sistemas de costes tradicionales. Perfeccionamiento de un sistema de costes. Aspectos fundamentales de los sistemas de costes basados en la actividad. Jerarquía del coste: clasificación de las actividades. Los generadores de coste El proceso de asignación de costes en el modelo ABC. Comparación de diversos sistemas de cálculo de costes. Exigencias, ventajas y problemas para la implantación del modelo ABC.</p>
TEMA 9. Problemática del coste en sistemas de producción por procesos, órdenes de trabajo y operaciones.	<p>Introducción. El efecto de la producción en curso sobre el coste del producto en entornos de fabricación por procesos. Tratamiento de las unidades de mala calidad en un sistema de costes por procesos. Tratamiento de las unidades de mala calidad y residuos en un sistema de costes por órdenes de trabajo y operaciones.</p>
TEMA 10. Efectos de utilizar diferentes métodos de valoración. El coste completo y el coste variable; su incidencia en el inventario y en el resultado.	<p>El coste variable y la valoración de inventarios. El coste completo y la valoración de inventarios. Comparación del impacto en el beneficio según el método utilizado. Argumentos en favor y en contra de la utilización de ambos métodos</p>

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	14	28	42
Presentaciones/exposiciones	14	28	42
Resolución de problemas y/o ejercicios	0	21	21
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	0	21	21
Trabajos de aula	21	0	21
Pruebas de tipo test	1	0	1
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	2	0	2

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Exposición resumida en el aula, por parte del profesor, del contenido del tema para enmarcar su contenido y facilitar el estudio posterior de los estudiantes.
Presentaciones/exposiciones	Los alumnos, de forma individual o en grupo, harán una exposición de los aspectos más sobresalientes del tema estudiado respondiendo a las preguntas realizadas por el profesor.
Resolución de problemas y/o ejercicios	De forma autónoma, el alumno preparará los test, contenidos en los temas, de forma que le sirva de guía autoevaluadora de los conocimientos adquiridos.
Resolución de problemas y/o ejercicios de forma autónoma	De forma autónoma, el alumnos preparará los ejercicios, contenidos en los temas, como práctica de los contenidos teóricos adquiridos.
Trabajos de aula	Los alumnos desarrollarán, utilizando hoja de cálculo excel, un modelo de simulación sobre alguno de los temas incluidos en el temario. Se valorará la originalidad y consistencia del modelo

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajos de aula	A solicitud del alumno se resolverán las dudas que se puedan plantear en el horario de tutorías que se publicará.
Presentaciones/exposiciones	A solicitud del alumno se resolverán las dudas que se puedan plantear en el horario de tutorías que se publicará.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Presentaciones/exposiciones	Valoración del grado de asimilación, claridad expositiva, de síntesis y de presentación del tema tratado de forma individual o en grupo y de las respuestas dadas a las preguntas del profesor.	15
Trabajos de aula	Valoración de la originalidad, consistencia, entidad y facilidad de uso del modelo desarrollado.	15
Pruebas de tipo test	Realización de preguntas test/trivial en el aula+dos pruebas tipo test a lo largo del curso, con 3 o 4 posibles respuestas para cada ítem siendo solamente una de ellas válida. Los errores puntúan en negativo.	50
Pruebas prácticas, de ejecución de tareas reales y/o simuladas.	Realización de un examen práctico a la conclusión de la materia de 3 o 4 ejercicios.	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

Quienes renuncien a la evaluación continua (no presentándose a los dos exámenes: test y práctico) deberán realizar un examen global que se superará, habiendo obtenido al menos un 3 en cada parte, con una calificación de 5 sobre 10. El examen global será también el método de evaluación en segunda convocatoria.

Fuentes de información

Alvarez-Dardet Espejo, M^ªC. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; cálculo de costes**, 2009,
Alvarez-Dardet Espejo, M^ªC. y Gutierrez Hidalgo, F., **Contabilidad de gestión; profundización en el cálculo del coste y proceso de planificación y control**, 2010,
Ripoll, V., Alcoy, P. y Crespo, C., **Casos prácticos resueltos de contabilidad de costes**, 2011,
Horngren, C.T, Datar, S.M. y Foster, G., **Contabilidad de costos; un enfoque gerencial**, 2007,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204
Informática aplicada a la gestión comercial/V06G270V01307

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

DATOS IDENTIFICATIVOS**Decisiones de inversión en el comercio**

Asignatura	Decisiones de inversión en el comercio			
Código	V06G270V01402			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Economía financiera y contabilidad			
Coordinador/a	Cabaleiro Casal, Roberto			
Profesorado	Cabaleiro Casal, Roberto Muñoz Dueñas, María del Pilar			
Correo-e	rcab@uvigo.es			
Web				
Descripción general	En esta materia se pretende dotar al alumno de formación para la toma de decisiones en los procesos de inversión: Clasificación de las nversiones. Conocer los elementos y métodos para la valoración y selección de inversiones. El riesgo en las decisiones de inversión y la inversión en fijo y en circulante en el comercio.			

Competencias de titulación

Código	
A1	CE1. Conocer y comprender los conceptos fundamentales y la evolución de la economía y de la actividad empresarial desde una triple perspectiva: crecimiento económico, cambio estructural e internacionalización.
A4	CE4. Conocer los objetivos, funciones y técnicas instrumentales de los diferentes subsistemas de las organizaciones, así como las relaciones existentes entre ellos desde una perspectiva de enfoque de sistemas.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A10	CE10. Desarrollar los conocimientos necesarios para formular y analizar la información financiera relacionada con las combinaciones de negocios.
A19	CE19. Estar capacitado para discriminar la información relevante, en particular los costes e ingresos, con objeto de apoyar el proceso de toma de decisiones, la valoración de inventarios, la planificación y control y la mejora continua.
A20	CE20. Saber diseñar y organizar el sistema contable, así como aplicar las normas de reconocimiento y valoración con el fin de obtener información útil para usuarios externos e internos.
A21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
A22	CE22. Saber identificar, evaluar y minimizar los riesgos inherentes a las actividades económicas, en especial los vinculados con las transacciones.
A24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.
B1	CT1. Habilidades de comunicación oral y escrita, tanto en las lenguas oficiales de su Comunidad como en la lengua extranjera elegida (inglés, francés o alemán).
B2	CT2. Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de las herramientas multimedia.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B6	CT6. Capacidad para tomar decisiones y resolver problemas.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B9	CT9. Tolerancia. Capacidad para apreciar diferentes puntos de vista.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociales, organizativos y técnicos.
B11	CT11. Capacidad de adaptación a nuevas situaciones.
B12	CT12. Creatividad.
B13	CT13. Capacidad para asumir responsabilidades e involucrarse en el trabajo.
B14	CT14. Firmeza, resolución, persistencia y capacidad para trabajar bajo presión.
B15	CT15. Compromiso ético en el trabajo.
B16	CT16. Iniciativa.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.
B18	CT18. Capacidad reflexiva sobre el propio trabajo.

Competencias de materia		
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Conocer los principios básicos de la gestión financiera de empresas. saber	A1 A4	
Conocer el concepto de inversión y sus implicaciones en el sistema empresarial	A1 A4 A10	B4
Conocer la interrelación entre las inversiones y la estructura financiera	A1 A4 A10 A19 A22	B4
Conocer el objetivo financiero	A6 A21	B15 B16
Conocer la situación de una empresa a partir de sus estados financieros	A4 A19 A20 A21 A22 A24	B1 B4 B6 B8 B10
Conocer aquellas características definitorias que van a influir en la rentabilidad de las inversiones en el comercio	A19 A22	B3 B4 B5
Conocer y aplicar las principales técnicas analíticas para determinar la rentabilidad de las inversiones en el comercio	A21 A24	B3 B4 B5 B8
Interpretar y dar a conocer los diferentes resultados obtenidos en la evaluación y rentabilidad de inversiones	A20 A24	B1 B3 B4 B6 B10 B11 B12 B17
Conocer cuáles son aquellos factores que pueden introducir sesgos en los resultados de rentabilidad, así como su resolución e interpretación	A21 A24	B2 B3 B4 B5 B6 B17
Aplicar herramientas informáticas en la resolución de supuestos prácticos de evaluación de la rentabilidad de inversiones	A21 A24	B3 B4 B5 B6 B8 B17 B18
Conocer y valorar la incidencia de la fiscalidad en la rentabilidad de las inversiones	A6 A19	B9 B11
Conocer y valorar la incidencia del riesgo en la rentabilidad de las inversiones	A6 A21 A24	B5 B6 B13 B14

Contenidos

Tema

Fundamentos básicos: Función financiera y decisiones de inversión en la empresa

Estructura de la empresa: Análisis de la inversión, financiación y el ciclo económico

Decisiones de inversión en condiciones de certeza

Decisiones de inversión e incertidumbre

Procesos secuenciales de inversión

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	26	52	78
Resolución de problemas y/o ejercicios	16	32	48
Prácticas en aulas de informática	4	8	12
Pruebas de respuesta corta	2	4	6
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	2	4	6

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías	
	Descripción
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante.
Resolución de problemas y/o ejercicios	Actividad en la que se formulan problema y/o ejercicios relacionados con la asignatura. El alumno debe desarrollar las soluciones adecuadas o correctas mediante la ejercitación de rutinas, la aplicación de fórmulas o algoritmos, la aplicación de procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados. Se suele utilizar como complemento de la lección magistral.
Prácticas en aulas de informática	Actividades de aplicación de los conocimientos a situaciones concretas y de adquisición de habilidades básicas y procedimentales relacionadas con la materia objeto de estudio. Se desarrollan en espacios especiales con equipamiento y software informático especializado.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Prácticas en aulas de informática	Aprendizaje a partir del material y tareas propuestos a los alumnos, supervisando su aprendizaje autónomo en el aula y a través de tutorías personalizadas. Retroalimentación con el docente.

Evaluación		
	Descripción	Calificación
Prácticas en aulas de informática	Evaluación de las competencias adquiridas en función de las evidencias de las prácticas realizadas. El alumno presentará el trabajo de las prácticas realizadas con la utilización de medios informáticos sobre las que se evaluará su destreza en el manejo de estas herramientas, así como el conocimiento adquirido sobre la materia.	10
Pruebas de respuesta corta	Pruebas para evaluación de las competencias adquiridas que incluyen preguntas directas sobre algunos aspectos concretos. Los alumnos deben responder de manera directa y breve en base a los conocimientos que tienen sobre la materia.	30
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Pruebas para evaluación de las competencias que incluyen preguntas abiertas sobre un tema. Los alumnos deben desarrollar, relacionar, organizar y presentar los conocimientos que tienen sobre la materia en una respuesta extensa.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumno será objeto de evaluación continua a lo largo del curso académico, mediante la realización de pruebas escritas, así como de la evaluación de las evidencias de las prácticas propuestas. Estas pruebas suponen el 40% de la calificación. En este proceso de evaluación continua realizará un prueba escrita global, que supondrá el 60% de la nota definitiva de la materia. Esta prueba final se calificará sobre una base de 10 puntos, siendo necesario obtener, al menos, 4 puntos para que tengan efecto las valoraciones obtenidas en las pruebas anteriores.

Aquellos alumnos que no superen la evaluación continua tendrán que examinarse de la materia en un examen final. Los alumnos que no superen la materia por la evaluación continua anteriormente referida, deberán realizar el examen oficial final de la materia en las fechas establecidas por el centro, con una puntuación de 0 a 10 puntos, siendo necesario conseguir 5 puntos para superar la materia. Los alumnos que concurren a la oportunidad extraordinaria de julio deberán realizar el examen oficial final de la materia en la fecha establecida por el centro, que será puntuado de 0 a 10 puntos, siendo 5 puntos el aprobado.

Fuentes de información

Blanco Ramos, F. y Ferrando Bolado, M., **Dirección Financiera I. Selección de inversiones.**, Madrid, 2006.,
 Fernández Alvarez, A.I., **Introducción a las Finanzas**, Madrid, 1994,
 Hayat, S. y San Millán, A., **Finanzas en excel.**, Madrid, 2006,
 Mascareñas Pérez Iñigo, J., **Finanzas para directivos.**, Madrid, 2010,

Pindado García, J., **Finanzas Empresariales**, Madrid, 2012,

Pisón Fernández, I., **Dirección y Gestión Financiera de la Empresa.**, Madrid, 2001,

Suarez Suarez, A., **Decisiones óptimas de inversión y financiación.**, Madrid, 1995,

Vallelado González, E.; Azofra Palenzuela, V., **Prácticas de Dirección Financiera.**, Madrid, 2002,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Contabilidad financiera/V06G270V01301

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de contabilidad/V06G270V01203

Empresa: Matemáticas comerciales/V06G270V01102

Otros comentarios

Esta guía Docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. Por lo tanto podría ser objeto de posteriores reajustes a medida que lo aconseje el propio desarrollo del Curso Académico. Por otro lado, esta guía aporta a los alumnos la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso de formación

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Marketing estratégico				
Asignatura	Marketing estratégico			
Código	V06G270V01403			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Selección	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González López, María Isabel Curras Valle, María Consuelo			
Profesorado	Curras Valle, María Consuelo González López, María Isabel			
Correo-e	isabelg@uvigo.es ccurras@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es			
Descripción general	El contenido de esta asignatura tiene como objetivo definir y analizar el mercado de referencia para la empresa así como llevar a cabo el análisis y diagnóstico estratégico utilizando para ello los instrumentos adecuados. Diseñar y elegir las estrategias que le permitirán a la empresa alcanzar sus objetivos y elaborar el Plan Estratégico de Marketing.			

Competencias de titulación	
Código	
A3	CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.
A7	CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.
B3	CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.
B4	CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.
B5	CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.
B8	CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.
B17	CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.

Competencias de materia	
Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
CE3. Conocer y saber interpretar la dimensión social de la actividad económica, la dinámica de las relaciones sociales y las distintas realidades culturales que configuran el comercio, la sociedad de consumo y los estilos de vida	A3
CE6. Saber localizar, seleccionar y analizar la información, documentación y demás instrumentos de orden económico, jurídico y social que intervienen en el comercio interior e internacional, con el fin de orientar el diseño e implantación de la estrategia y la gestión operativa del comercio.	A6
CE7. Conocer y comprender la interrelación entre el marketing estratégico y la dirección estratégica desde una perspectiva de orientación al mercado, así como la relación entre las organizaciones y su entorno con el fin de diseñar, a partir de los conceptos y herramientas del marketing, objetivos y estrategias que se desplegarán en el plan integral de marketing.	A7
CT3. Capacidad de aprendizaje, trabajo autónomo y planificación y organización del trabajo.	B3
CT4. Capacidad de análisis y síntesis, y pensamiento crítico.	B4
CT5. Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en el contexto académico. En especial, para aplicar conocimientos y razonamientos multidisciplinares.	B5
CT8. Capacidad para liderar y trabajar en equipo.	B8
CT17. Atención al detalle, precisión, motivación por la mejora continua.	B17

Contenidos
Tema

TEMA 1. ESTRATEGIA Y MARKETING	1.1. Concepto de estrategia 1.2. La dirección estratégica 1.3. Estrategia y Marketing 1.4. Orientación al mercado 1.5. Actividades de Marketing en la empresa
TEMA 2. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DEL MERCADO DE REFERENCIA	2.1. Concepto de producto 2.2. Mercado de referencia, mercado relevante y producto-mercado 2.3. Segmentación y posicionamiento 2.4. Evaluación del atractivo de mercado 2.5. Análisis de la competencia
TEMA 3. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA CARTERA DE PRODUCTOS	3.1. Cartera de productos: Concepto y modelos de análisis 3.2. Matriz crecimiento- Cuota de mercado 3.3. Matriz atractivo de mercado - competitividad de la empresa 3.4. Análisis DAFO 3.5. Modelo de estrategia competitiva
TEMA 4. ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO Y COMPETITIVAS	4.1. Estrategia de crecimiento 4.2. Estrategia de crecimiento intensivo 4.3. Estrategia de crecimiento diversificado 4.4. Estrategia de expansión internacional 4.5. Estrategias competitivas
TEMA 5. ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	5.1. Caracterización y tipología de nuevos productos 5.2. Proceso de desarrollo de nuevos productos 5.3. Dirección del proceso de desarrollo de nuevos productos 5.4. Estrategias de imitación 5.5. Estrategias de diferenciación a través de la marca
TEMA 6. DISEÑO, EJECUCIÓN Y CONTROL DEL PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING	6.1. Elementos del Plan Estratégico de Marketing 6.2. Estructura del Plan Estratégico de Marketing 6.3. Ejecución de Plan Estratégico de Marketing 6.4. Control del Plan Estartégico de Marketing 6.5. Auditoría de Marketing
(*)(*)TEMA 7. *EJECUCIÓN E CONTROL DO PLAN ESTRATÉXICO DE *MARKETING.	

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Estudio de casos/análisis de situaciones	13	32	45
Actividades introductorias	1	0	1
Presentaciones/exposiciones	8	32	40
Sesión magistral	28	32	60
Pruebas de tipo test	2	2	4

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Casos reales, comentario de novedades, análisis de situaciones empresariales, debates etc. Esta actividad se podrá realizar individualmente o en grupo.
Actividades introductorias	Exposición del profesor sobre la integración e interrelación de la materia en el plan de estudios.
Presentaciones/exposiciones	Presentación y exposición de trabajos de Marketing Estratégico realizados por los alumnos
Sesión magistral	Exposición de los conceptos teóricos en la clase fomentando la participación del alumnado.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos/análisis de situaciones	Habrá atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para: . seguimiento y el control de trabajos. . estudio y comprensión de la materia. . trabajos derivados del estudio de casos y análisis de la situación.
Presentaciones/exposiciones	Habrá atención personalizada, en las horas asignadas a tutorías, para: . seguimiento y el control de trabajos. . estudio y comprensión de la materia. . trabajos derivados del estudio de casos y análisis de la situación.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se valorará el desarrollo, presentación y entrega de los casos prácticos.	15

Presentaciones/exposiciones	Se valorará la presentación y exposición de trabajos de Marketing Estratégico realizados por los alumnos.	10
Sesión magistral	Se valorará la asistencia, actitud y participación del alumnado	5
Pruebas de tipo test	Se valorarán las pruebas de 0 a 10 siendo necesario obtener como mínimo un 5 en cada una de ellas.	70

Otros comentarios sobre la Evaluación

Los alumnos que no superen la materia por evaluación continua explicitada anteriormente, deberán presentarse al examen oficial de la materia establecido por el Centro en su calendario de exámenes, con una puntuación de 0 a 10, siendo el "aprobado" un 5. Este examen será diferente de las pruebas tipo test anteriormente citadas.

Fuentes de información

Munuera Aleman J.L.Rodríguez Escudero A..I.Estrategias de Marketing.Un enfoque basado en el proceso de dirección. ESIC, 2007.

Munuera Aleman J.L.Rodríguez Escudero A..I.Estrategias de Marketing.Un enfoque basado en el proceso de dirección. 2ª Edición. ESIC, 2012.

Sánchez Herrera, J. Plan de marketing: análisis, decisiones y control. Pirámide, 2001.

Sánchez Herrera, J. Estrategias y Planificación en Marketing. Métodos y aplicaciones. Pirámide, 2010

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Idioma comercial: Inglés/V06G270V01304

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Fundamentos de marketing/V06G270V01204

Empresa: Principios de gestión responsable/V06G270V01103

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el alumno en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del curso promovidos por la dinámica de la clase, y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al alumnado la información y las pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Xestión de aprovisionamentos e distribución comercial**

Asignatura	Xestión de aprovisionamentos e distribución comercial			
Código	V06G270V01404			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición	Lengua Impartición			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Diz Comesaña, María Eva			
Profesorado	Diz Comesaña, María Eva			
Correo-e	evadiz@uvigo.es			
Web	Web			
Descrición	(*)Se trata de presentar un análisis conjunto de las actividades relacionadas con el flujo total e materiales y el flujo de información asociado y que van desde el aprovisionamiento hasta la entrega del producto final a los clientes, considerando la recuperación de los residuos ocasionados.			

Competencias de titulación

Código	Código			
A4	CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas instrumentais dos diferentes subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de enfoque de sistemas.			
A5	CE5. Comprender os obxectivos, alcance e valor dla función de aprovisionamento e distribución comercial, as súas interrelacións co resto das áreas e o seu papel como intermediaria da actividade comercial, co fin de deseñar estratexias para a provisión e comercialización de bens e servizos.			
A15	CE15. Coñecer e aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para a toma de decisións no ámbito do comercio, así como o deseño e análise de enquisas mediante mostraxe probabilística para a realización de estudos de mercado.			
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.			
B5	CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e razoamentos multidisciplinares.			
B15	CT15. Compromiso ético no traballo.			

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
(*)*CE4. Coñecer os obxectivos, funcións e técnicas *instrumentales dos diferentes *subsistemas das organizacións, así como as relacións existentes entre eles desde unha perspectiva de *enfoque de sistemas.	A4
(*)*CE5. Comprender os obxectivos, alcance e valor da función de *aprovisionamiento e distribución comercial, as súas interrelaciones co resto de áreas e o seu papel como *intermediaria da actividade comercial, co fin de deseñar estratexias para a *provisión e *comercialización de bens e servizos.	A5
(*)*CE15. Coñecer e aplicar métodos cuantitativos de investigación *operativa para tómaa de decisións no ámbito do comercio, así como o deseño e análise de enquisas mediante *muestreo *probabilístico para a realización de estudos de mercado.	A15
(*)*CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e *planificación e organización do traballo.	B3
(*)*CT5. Capacidade para aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos no contexto académico. En especial, para aplicar coñecementos e *razonamientos *multidisciplinares.	B5
(*)*CT15. Compromiso ético no traballo.	B15

Contidos

Tema	
Tema 1. Introducción.	(*)
Tema 2. Cadea de suministros.	(*)
Tema 3. Xestión de compras.	(*)
Tema 4. Xestión de inventarios.	(*)
Tema 5. Transporte.	(*)
Tema 6. Lean Manufacturing.	(*)

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
--	----------------	----------------------	---------------

Sesión maxistral	28	0	28
Resolución de problemas e/ou exercicios	8	20	28
Estudo de casos/análises de situacións	8	20	28
Outros	2	0	2
Probos de resposta curta	4	60	64

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente

	Descripción
Sesión maxistral	(*)Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio con ayuda de diverso material . Resolución de jercicios y cuestiones.
Resolución de problemas e/ou exercicios	(*)Resolución de ejercicios y cuestiones por parte del alumno de forma individual o en grupo bajo la supervisión del profesor
Estudo de casos/análises de situacións	(*)Resolución de casos de empresas relacionados con los contenidos de la asignatura, bajo la propuesta, guía y supervisión del profesor
Outros	(*)Asistencia a conferencias, visitas a empresas, exposiciones de trabajos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudo de casos/análises de situacións	

Avaliación

	Descripción	Calificación
Resolución de problemas e/ou exercicios	Probos na que o alumno debe solucionar unha serie de casos, problemas e exercicios nun tempo e condicións establecidos polo profesor. Desta maneira, o alumno debe aplicar os coñecementos que adquiriu. A aplicación desta técnica será presencial. Correspóndense coas horas prácticas da materia recollidas nos grupos medianos.	40
Probos de resposta curta	Probos para avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas directas sobre un aspecto concreto. Os alumnos deben responder de maneira directa e breve en base aos coñecementos que teñen sobre a materia.	60

Otros comentarios sobre la Evaluación

A avaliación do alumno realizarase do seguinte xeito:

- Exame final (60% da nota final, 6 puntos). Realizarase un único exame ao final do cuadrimestre.
- Problemas e/ou exercicios realizados nas prácticas (40% da nota final, 4 puntos).

Para superar a materia, é necesario cumprir dúas condicións: superar o exame final e acadar un mínimo de 5 puntos na materia.

No caso de superar o exame, a nota final da materia resulta da suma da nota acadada no exame e a notas dos traballos realizados nas prácticas.

No caso de non superar o exame, a nota final da materia será a resultante de expresar a nota do exame unha escala de 10 puntos.

A segunda convocatoria rexirase polas mesmas normas.

Bibliografía. Fontes de información

Bowersox, D., **Administración y logística en la cadena de suministros**, McGraw-Hill,

Escudero Serrano, M.J., **Gestión de aprovisionamiento**, Thomson,

Escudero Serrano, M.J., **Almacenaje de productos**, Thomson,

Casanovas, A. y Cuatrecasas, L., **Logística Empresarial. Gestión integral de la información y material en la empresa**, Gestión 2000,

Soret Los Santos, I., **Logística y operaciones en la empresa**, ESIC,

Consortio de la Zona Franca, **Las empresas gacela de Galicia: del diagnóstico a la acción. Claves del crecimiento empresarial**, Consortio de la Zona Franca,

Castro Hermida, M. (coord.), **Los tres caminos para conseguir la excelencia en operaciones**, Escuela de Negocios Caixanova,

Gither, N. y Frazier, G., **Administración de producción y operaciones**, Thomson,

Roux, M., **Manual de logística para la gestión de almacenes: las claves para crear o mejorar su almacén**,

Soret Los Santos, I., **Logística y marketing para la distribución comercial**, ESIC,

Recomendacións

Otros comentarios

(*)Esta guía docente anticipa as *lineas de actuación que se deben levar a cabo co alumno na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso *promovidos pola dinámica da clase, e do grupo de *destinatarios real ou pola *relevancia das situacións que puidesen xurdir. Así mesmo, aportarase ao *alumnado a información e as *pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso *formativo.

DATOS IDENTIFICATIVOS**Réxime fiscal da empresa**

Asignatura	Réxime fiscal da empresa			
Código	V06G270V01405			
Titulación	Grao en Comercio			
Descritores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	2c
Lengua Impartición				
Departamento	Economía aplicada			
Coordinador/a	Álvarez Villamarín, José Carlos			
Profesorado	Álvarez Villamarín, José Carlos			
Correo-e	xalvarez@uvigo.es			
Web	http://faitic.uvigo.es			
Descrición general	RFE é unha asignatura que ten como obxectivo introducir ós alumnos no campo da fiscalidade aplicada. En particular, desenvólvense dous dos impostos mais importantes: o IRPF e o Imposto de Sociedades.			

Competencias de titulación

Código	
A2	CE2. Coñecer as teorías que analizan a intervención do estado en materia económica e os seus instrumentos, así como o concepto de estratexia, a súa tipoloxía e obxeto. Saber vencellar o obxeto e as condicións dos programas de promoción económica coa estratexia e actividades dla organización, así como saber instrumentalos en apoio da estratexia empresarial.
A6	CE6. Saber localizar, seleccionar e analizar a información e coñecer as variables que interveñen no comercio interior e internacional, co fin de orientar o deseño e implantación da estratexia e a xestión operativa do comercio.
A13	CE13. Coñecer os regulamentos dos impostos, en particular os que afectan ás transaccións, co fin de saber cumprimentar as correspondentes declaracións, así como o réxime xurídico da obrigaón tributaria e os procedimentos de aplicación dos tributos, en especial a liquidación, recadación e inspección.
B3	CT3. Capacidade de aprendizaxe, traballo autónomo e planificación e organización do traballo.
B4	CT4. Capacidade de análise e síntese, e pensamento crítico.
B6	CT6. Capacidade para tomar decisións e resolver problemas.
B10	CT10. Comprensión de sistemas sociais, organizativos e técnicos.
B17	CT17. Atención ao detalle, precisión, motivación pola mellora continua.

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
(*)(*)	A2	B3
	A6	B4
	A13	B6
		B10
		B17

Contidos

Tema	
Parte I: Introducción ó Sistema Fiscal	Obxectivos básicos. A organización da materia. O método de traballo e a súa avaliación.
Tema 1: Obxectivos e metodoloxía da materia	
Tema 2: Caracterización do Sistema Fiscal Español e bases para a fiscalidade persoal e empresarial	O papel dos Impostos na realidade económica. Composición do Sistema Fiscal. Características básicas das principais figuras tributarias.
Parte II: O Imposto sobre a Renda das Persoas Físicas.	Elementos básicos do Imposto: contribuínte e unidade familiar, rendas suxeitas e exentas, periodo impositivo.
Tema 3: Introducción ó IRPF	
Tema 4: Rendadas das Persoas Físicas	Rendementos do Traballo, Rendementos do Capital, Ganancias e Perdas Patrimoniais
Tema 5: Rendadas de Empresarios e Profesionais individuais	Elección do réxime de estimación da renda. Determinación da renda en Estimación Directa e Estimación Obxectiva.
Tema 6: Liquidación do IRPF	Integración e compensación das rendadas. Mínimo Persoal e Familiar. Cuota Integra e Deducións.
Parte III: O Imposto sobre Sociedades.	Elementos básicos do Imposto: contribuínte, resultado contable e base imponible. Periodo impositivo. Imputación temporal de ingresos e gastos.
Tema 7: Introducción ó IS.	
Tema 8: Operacións determinantes da Base Imponible	Gastos non deducibles. Amortizacións. Arrendamento Financeiro. Deterioro de Valor e Transmisións Patrimoniais.
Tema 9: Liquidación do IS	Proceso Liquidatorio. Cuota Integra. Deducións.

Planificación			
	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión maxistral	27	27	54
Prácticas de laboratorio	14	14	28
Prácticas en aulas de informática	4	4	8
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	4	12	16
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2.5	15.5	18

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodoloxía docente	
	Descrición
Actividades introductorias	Presentación do contido e obxectivos da materia. Metodoloxía de traballo e sistemas de control e avaliación.
Sesión maxistral	Para cada tema o docente presentará na aula as cuestións máis relevantes e formulará a metodoloxía a seguir para interpretar as consecuencias e efectos prácticos da norma tributaria. Posteriormente o alumno deberá revisar de xeito autónomo os contidos expostos.
Prácticas de laboratorio	As sesións prácticas terán lugar en aulas-seminario. En cada sesión proporánse casos a estudar en grupos reducidos (de 3 ou 4 alumnos) conformados ó inicio do curso. Cada grupo deberá comentar, resolver e defender os casos plantexados. Os alumnos disporán previamente dos enunciados dos casos a través da Plataforma Tema e deberán elaborar no seu grupo reducido unha primeira proposta de solución xustificada que deberá ser entregada a través da Plataforma antes do desenvolvemento da sesión presencial.
Prácticas en aulas de informática	As sesións prácticas en aula informática faránse de xeito individualizado e consistirán na resolución dun caso práctico empregando as aplicacións informáticas da Axencia Tributaria. Para o seu desenvolvemento os alumnos disporán previamente do enunciado do caso na Plataforma Tema.
Prácticas autónomas a través de TIC	Cada semana, despois da sesión maxistral, abriráse un formulario práctico dixital (de resposta curta ou test) na Plataforma Tema, relativo ós contidos desenvolvidos na sesión maxistral. Trátase de actividades non presenciais que posibilitan o seguimento e avaliación do alumno, que deberá responder nos prazos sinalados.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas de laboratorio	Durante as prácticas de laboratorio e informáticas, preténdese orientar, supervisar, atender e resolver as dúbidas do alumno no seu proceso de adquisición das competencias, en xeral, e na realización das actividades propostas, en particular. Ademais, cada profesor establecerá ó comenzo do curso un horario para titorías individuais ó que o alumno pode acudir para resolveren cualquera tipo de dúbida referente á materia.
Prácticas en aulas de informática	Durante as prácticas de laboratorio e informáticas, preténdese orientar, supervisar, atender e resolver as dúbidas do alumno no seu proceso de adquisición das competencias, en xeral, e na realización das actividades propostas, en particular. Ademais, cada profesor establecerá ó comenzo do curso un horario para titorías individuais ó que o alumno pode acudir para resolveren cualquera tipo de dúbida referente á materia.

Avaliación		
	Descrición	Calificación
Prácticas de laboratorio	A entrega previa das propostas de solución das prácticas de laboratorio non terá puntuación propia pero será necesario ter entregado alomenos 6 para obter puntuación nas probas test.	0
Prácticas autónomas a través de TIC	Avaliaráse e puntuarase a resolución dos test propostos despois de cada sesión maxistral. Este apartado de traballo persoal puntuarase sobre un máximo global de 3 puntos. Será requisito necesario para obter puntuación neste apartado que o grupo ó que pertence cada alumno teña entregado alomenos 6 propostas de solución das Prácticas de Laboratorio.	30
Probas prácticas, de execución de tarefas reais e/ou simuladas.	Ó remate das partes II e III do programa da materia, en dúas sesións presenciais, proporase un caso que o alumno deberá resolver de xeito individual e que permitirá avaliar o seu nivel de coñecementos ata ese momento. A proba relativa ó IRPF puntuarase cun máximo de 4 puntos e a relativa ó IS cun máximo de 3 puntos.	70

Probas de resposta longa, de desenvolvemento Rematada a docencia presencial, aqueles alumnos que non teñan superada a materia por avaliación continua deberán realizar unha proba escrita que consistirá na resolución de casos prácticos de liquidación do IRPF e do Imposto de Sociedades. O alumno deberá resolver de xeito individualizado os casos propostos xustificando as decisións adoptadas. Esta proba escrita final avaliaráse cunha puntuación máxima de 10 puntos.

0

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para supera-la asignatura por avaliación continua será necesario obter alomenos 5 puntos na suma das dúas metodoloxías de avaliación propostas (probas test e probas prácticas presenciais escritas).

A non presentación a calquera das dúas probas presenciais escritas suporá que o alumno deixa de ser avaliado en avaliación continua.

Tamén deixará de ser avaliado se non acada alomenos un 25% da nota en xogo en cada unha das dúas metodoloxías de avaliación propostas (probas test e probas prácticas presenciais escritas).

A nota final por avaliación continua será a suma das notas parciais obtidas ata ese momento.

Aqueles alumnos que non teñan superado a materia por avaliación continua terán a opción de presentarse a un examen final. Este examen valerá o 100% da nota, e a calificación obtida substituirá á obtida en avaliación continua. En caso de non presentarse, a nota será a obtida en avaliación continua.

Bibliografía. Fontes de información

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Selección de lexislación relativa ó IRPF e ó Imposto de Sociedades.
- Esquemas básicos e supostos prácticos. Plataforma Tema.
- *Manuel Practico Renta*. Axencia Tributaria. Edición actualizada.
- *Manual Práctico Sociedades*. Axencia Tributaria. Edición actualizada.
- Gabinete xurídico do Centro de Estudos Financeiros: "*Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas. Casos Prácticos*". Madrid: editorial CEF (edición actualizada).
- Gabinete xurídico do Centro de Estudos Financeiros: "*Impuesto sobre Sociedades. Casos Prácticos*". Madrid: editorial CEF (edición actualizada).
- Moreno Moreno, M^a Carmen e Paredes Gómez, Raquel: "*Fiscalidad Individual y Empresarial. Ejercicios resueltos*". Madrid: editorial Cívitas (edición actualizada).
- Albi Ibáñez, Emilio: "*Sistema Fiscal Español. Volumen 1*". Barcelona: editorial Ariel (edición actualizada).

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Díaz Arias, José Manuel: "*Ley comentada del Impuesto sobre Sociedades. Concordada, jurisprudencia, consultas tributarias y doctrina*". Barcelona: editorial Deusto (edición actualizada).
- Pla Vall, Ángeles e Salvador Cifre, Concha: "*Impuesto sobre Sociedades. Régimen General y empresas de reducida dimensión*". Valencia: editorial Tirant lo Blanch (edición actualizada).
- "*Memento Práctico Fiscal*". Madrid: ediciones Francis Lefebvre (edición actualizada).

ENLACES DE INTERNET DE INTERESE

- Agencia Tributaria: www.aeat.es
- Instituto de Estudios Fiscales: www.ief.es
- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Estadísticas OCDE: www.oecd.org

Recomendacións
